

## **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Gojek di Kabupaten Lamongan**

**Anisafitri Ratna Sari<sup>1</sup>, Jojok Dwiridotjahjono<sup>2</sup>**

*Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur*

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada pengguna jasa transportasi online Go-Jek di Kabupaten Lamongan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, Karena dalam penelitian ini data yang diperoleh berupa angka-angka dan dianalisis dengan menggunakan Analisis SEM-Partial Least Square (PLS). Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang sudah menggunakan transportasi online Go-Jek di Kabupaten Lamongan yang memiliki jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden. Teknik Penarikan Sampel yang diambil adalah menggunakan probability sampling. Analisis Data yang digunakan adalah menggunakan metode partial least square (PLS) dikarenakan melakukan pengujian terhadap hubungan yang dibangun antara satu atau lebih variabel independen dengan satu atau lebih variabel dependen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. kepuasan pelanggan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Secara tidak langsung kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

**Kata kunci:** *Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Pelanggan*

### **Abstract**

This study aims to determine the effect of service quality on customer loyalty through customer satisfaction in Go-Jek online transportation service users in Lamongan Regency. This research uses quantitative methods, because in this study the data obtained is in the form of numbers and analyzed using SEM-Partial Least Square (PLS) Analysis. The types and sources of data used in this study are primary data and secondary data. Data collection techniques are carried out by distributing questionnaires. The population used in this study was consumers who had used Go-Jek online transportation in Lamongan Regency, which had the number of samples used in this study was 100 respondents. The sampling technique taken is to use probability sampling. Data Analysis used is using the partial least square (PLS) method because it tests the relationship established between one or more independent variables and one or more dependent variables. The results showed that the quality of service has a positive and significant effect on customer loyalty. Service quality has a positive and significant effect on Customer Satisfaction. Customer satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty. Indirectly, the quality of service has a positive and significant effect on customer loyalty through customer satisfaction.

**Keywords:** *Service Quality, Customer Loyalty, Customer Satisfaction*

Copyright (c) 2023 Fitria Ramadhani

✉ Corresponding author :

Email Address : [anisafitratnasari30@gmail.com](mailto:anisafitratnasari30@gmail.com) , [jojokdwiri@gmail.com](mailto:jojokdwiri@gmail.com)

## PENDAHULUAN

Era Revolusi Industri masa kini meningkatnya perkembangan global digitalisasi yang mengakibatkan kebutuhan isu menjadi salah satu kebutuhan prioritas di masyarakat. Hal ini bisa dilihat mengenai perkembangan teknologi isu yang sangat pesat dan menuntut adanya kecepatan untuk pengelolaannya. Salah satu dampak berasal perkembangan ini merupakan internet. Internet dapat mengganti kerangka berpikir masyarakat dalam mencari serta menerima informasi. Internet hadir pada beragam fungsi dalam mendukung kebutuhan isu. Informasi yang diperoleh tidak hanya bersumber dari surat berita, audio serta visual tetapi bersumber dari internet. Pada perubahan serta perkembangan di bidang teknologi membawa dampak yang sangat besar pada banyak sekali bidang yang mengikuti perekonomian global. Kebutuhan hidup masyarakat sekarang ini semakin hari mengalami pertambahan. Dengan hal tersebut maka mempengaruhi kebutuhan masyarakat untuk menggunakan bantuan transportasi untuk menjadi sarana kebutuhan menuju suatu daerah ke daerah lainnya

Salah satu perusahaan yang berkecimpung dalam bidang e-commerce ialah Gojek. Gojek menyediakan beragam layanan, salah satunya ialah layanan transportasi Go-Ride. Go-Ride adalah layanan transportasi umum berbasis online yang memanfaatkan sepeda motor maupun mobil menjadi sarana transportasi. Dengan adanya perubahan gaya hidup masyarakat Indonesia yang memanfaatkan berbagai inovasi di bidang teknologi komunikasi yang semakin efisien, praktis, cepat, sehingga e-commerce merupakan salah satu alternatif yang tepat dalam melakukan transaksi-transaksi dalam melakukan pemesanan transportasi berupa Go-Jek.

Kualitas pelayanan merupakan tolak ukur dalam penilaian tingkat layanan yang diberikan suatu perusahaan, menurut (Parasuraman dkk (1998) dalam Ravianzasa Adi Wijaya. 2020) dimana kualitas pelayanan dikelompokkan ke pada 5 dimensi yaitu Bukti Fisik (*Tangibles*), Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), jaminan (*Assurance*), serta empati (*Empathy*).

Menurut Sumarwan (2015:391) dalam (Yustika Wahyu Ningrum.2021) mengatakan bahwa pembelian ulang yang terus menerus dari jasa yang sama akan membagikan loyalitas pelanggan kepada suatu merek. Loyalitas merupakan suatu hal yang sangat krusial untuk jasa transportasi online. Pelanggan yang merasa puas terhadap jasa yang dipergunakan maka akan memakai balik jasa tersebut serta menggunakan adanya kepuasan maka akan berdampak di perusahaan yang mengalami keuntungan yang sangat banyak. Beberapa faktor yg mensugesti loyalitas pelanggan diantaranya perhatian (*caring*), agama (*Trust*), perlindungan (*Length of patronage*), dan kepuasan akumulasi (*Overall Satisfaction*).

Menurut Mowen & Minor dalam Yuniarti (2015:233) dalam jurnal (Muhammad Fikri dan Ai Lili Yuliati.2020), kepuasan pelanggan artinya keseluruhan perilaku yang ditunjukkan pelanggan atas barang dan jasa sesudah mereka memperoleh serta menggunakannya. Perusahaan akan memperoleh pelanggan pada jumlah yang banyak jika dievaluasi dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan.

Dari berbagai perusahaan dibidang layanan jasa yang dikenal masyarakat Indonesia ialah Go-Jek. Go-Jek ialah perusahaan yang menyediakan layanan transportasi secara online yang bisa dikatakan sebagai hal baru, Perusahaan Go-Jek didirikan oleh Nadiem Makarim di tahun 2010

di Jakarta, dan kini aplikasi Go-Jek sudah di instal hampr 10 juta di Google Play Store yang ada pada system operasional android dan dapat di instal oleh penggna iOS di App Store. Kini Go-Jek telah tersedia pada 50 kota di Indonesia salah satunya di Kabupaten Lamongan. Gojek menerapkan sistem e-commerce dengan jenis Business to Consumer (B2C) serta dievaluasi memudahkan para pelanggan pada memperoleh kebutuhan hanya dengan menginstal perangkat lunak Gojek di smartphome dan telah bisa melakukan pemesanan terhadap jasa Go-Jek. Go-Jek salah satu perusahaan yang berkiprah pada bidang jasa yang terus berkembang di Indonesia.

Saat ini sudah terbilang banyak penyedia trasportasi online di Kabupaten Lamongan salah satunya yaitu Go-Jek yang mulai beroperasi pada 11 April 2022 (<https://kabar1lamongan.com> tahun 2022). Go-Jek merupakan sebuah hal baru yang masuk di Kabupaten Lamongan sebagai jasa trasportasi yang memudahkan masyarakat lamongan dalam melakukan aktivitas.

Dari hasil usaha perusahaan Gojek yang tidak kenal lelah dengan inovasi-inovasi yang telah dilakukan, perusahaan sudah menerima penghargaan Top Brand Award. hasil Top merk Award dapat dilihat pada tabel 1.1 dibawah ini :

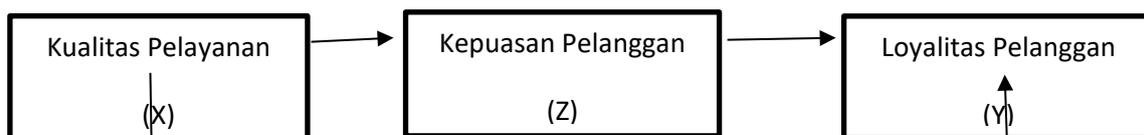
**Top Brand Award Transportasi Online Di Indonesia (2020-2022)**

MEREK	TBI2020	TBI2021	TBI2022	KETERANGAN
Go-Jek	47.3%	53.0%	54.7%	TOP
Grab	43.5%	39.7%	36.7%	TOP

Sumber : [topbrand-award.com](https://topbrand-award.com) tahun 2022

bersumber melalui topbrand menunjukkan bahwa Go-Jek merupakan ojek online dengan pengguna paling banyak dari tahun 2020 sampai dengan tahun 2022, dengan kenaikan pengguna paling banyak pada tahun 2022 yaitu 54.7% yang disusul dengan aplikasi Grab dengan angka terakhir pada tahun 2022 yaitu 36.7%.

Rata-rata pengguna trasportasi online Go-Jek ini di Lamongan adalah mayoritas masyarakat yang melakukan kegiatan sehari-hari, yang dimulai dari anak sekolah samapai pekerja yang membutuhkan jasa trasportasi online dan usia-usia yang mampu memahami cara kerja aplikasi Go-Jek seiring perkembangan zaman. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui kualitas pelayanan,loyalitas pelanggan, dan kepuasan pelanggan. Berdasarkan pengalaman peneliti memiliki pendapat bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh seorang *driver* Go-Jek memiliki kualitas yang baik, maka dari itu peneliti ingin memperdalam mengenai kualitas pelayanan yang diberikan *driver* Go-Jek dan loyalitas dari pelanngan melalui kepuasan yang dirasakan seorang pelanggan dan peneliti menetapkan lokasi penelitian ini di Kabupaten Lamongan. Karna melihat mayoritas masyarakat Kabupaten Lamongan menggunakan jasa trasportasi ojek online Go-Jek.



**Keterangan :**

- X : Variabel Bebas (Variabel Independent Yaitu Kualitas Pelayanan).
- Y : Variabel Terikat (Variabel Dependent Yaitu Loyalitas Pelanggan)
- Z : Variable Intervening (Variabel Penghubung Yaitu Kepuasan)

## METODOLOGI

Dalam penelitian ini, menggunakan metode kuantitatif, karena dalam penelitian ini data yang diperoleh berupa angka dan dianalisis dengan menggunakan menggunakan Analisis SEM-Partial Least Square (PLS). Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner (Angket) Dan Dokumentasi. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang sudah menggunakan jasa transportasi online Go-Jek di Kabupaten Lamongan. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 9100 responden. Teknik Penarikan Sampel yang diambil adalah menggunakan probability sampling, Metode pengambilan sampelnya menggunakan simple random sampling dengan pengambilan sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Analisis Data yang digunakan adalah menggunakan metode partial least square (PLS) dikarenakan melakukan pengujian terhadap hubungan yang dibangun antara satu atau lebih variabel independen dengan satu atau lebih variabel dependen.

## HASIL PENELITIAN

### Evaluasi Model Pengukuran Atau Outer Model

1. *Uji convergent validity* dengan indikator-indikator yang mencerminkan dapat dilihat dari nilai loading factor untuk masing-masing indikator konstruk, yang seharusnya sebesar 0,7. Itu harus lebih dari 0,5 untuk nilai rata-rata average variance extracted (AVE).

Outer Loading			
	Kualitas Pelayanan (X)	Loyalitas Pelanggan (Z)	Kepuasan Pelanggan (Y)
X1.1	0.930		
X1.2	0.914		
X1.3	0.887		
X1.4	0.853		
X1.5	0.897		
X1.6	0.872		
X1.7	0.870		
X1.8	0.853		
X1.9	0.866		
X1.10	0.863		
X1.11	0.863		
X1.12	0.888		
X1.13	0.876		
X1.14	0.838		
Y1.1		0.730	
Y1.2		0.751	
Y1.3		0.731	
Y1.4		0.754	
Y1.5		0.779	
Y1.6		0.819	
Y1.7		0.737	
Z1.1			0.906
Z1.2			0.889

Z1.3		0.894
Z1.4		0.869
Z1.5		0.929
Z1.6		0.883

Sumber: Data primer diolah dengan SmartPLS 4.0, 2022

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel tersebut terlihat bahwa setiap nilai outer loading sudah memiliki nilai di atas 0,70, hal ini membuktikan bahwa hasil pengolahan data memenuhi kriteria convergent validity karna sudah berada di atas 0,70.

pengujian Average Variance Extracted (AVE) dapat dijelaskan dengan tabel sebagai berikut :

#### Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE)

	Average Variance Extracted (AVE)
X (Kualitas Pelayanan)	0.769
Y (Loyalitas Pelanggan)	0.574
Z (Kepuasan Pelanggan)	0.801

Sumber: Data primer diolah dengan SmartPLS 4.0, 2022

Berdasarkan hasil pengolahan data, tabel diatas menunjukkan bahwa semua nilai average variance extract (AVE) sudah memiliki nilai lebih dari 0,50, hal ini membuktikan memenuhi syarat validitas konvergen.

## 2. Discriminant Validity.

#### Hasil Cross Loadings

	Kualitas Pelayanan (X)	Loyalitas Pelanggan (Z)	Kepusan Pelanggan (Y)
X1.1	0.930	0.688	0.643
X1.2	0.914	0.733	0.846
X1.3	0.887	0.729	0.654
X1.4	0.853	0.715	0.727
X1.5	0.897	0.609	0.787
X1.6	0.872	0.596	0.693
X1.7	0.870	0.629	0.786
X1.8	0.853	0.707	0.800
X1.9	0.866	0.699	0.712
X1.10	0.863	0.618	0.690
X1.11	0.863	0.712	0.723
X1.12	0.888	0.646	0.689
X1.13	0.876	0.671	0.704
X1.14	0.838	0.732	0.710
Y1.1	0.526	0.730	0.431
Y1.2	0.656	0.751	0.656
Y1.3	0.574	0.731	0.523

Y1.4	0.529	0.754	0.440
Y1.5	0.570	0.779	0.465
Y1.6	0.677	0.819	0.582
Y1.7	0.543	0.737	0.552
Z1.1	0.781	0.696	0.906
Z1.2	0.706	0.625	0.889
Z1.3	0.777	0.587	0.894
Z1.4	0.724	0.648	0.869
Z1.5	0.745	0.561	0.929
Z1.6	0.723	0.611	0.883

Sumber: Data primer diolah dengan SmartPLS 4.0, 2022

Dapat dilihat dari table ini terlihat bahwa korelasi masing masing variabel dengan indikatornya lebih tinggi dibandingkan dengan korelasi variabel dengan bukan indikatornya. Selain itu nilai korelasi indicator dengan variabelnya lebih tinggi dari 0,7.

### 3. Reability

	Cronbach's Alpha	Composite reliability (rho_c)	Composite reliability (rho_c)
X (Kualitas Pelayanan)	0.977	0.978	0.979
Y (Loyalitas Pelanggan)	0.877	0.881	0.904
Z (Kepuasan Pelanggan)	0.950	0.951	0.960

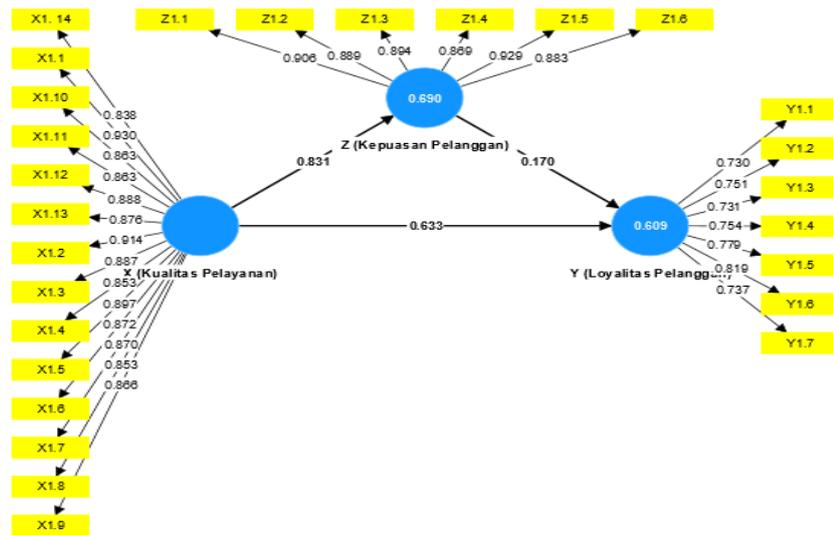
#### Hasil Output Cronbach's Alpha Dan Composite Reability

Sumber: Data primer diolah dengan SmartPLS 4.0, 2022

Berdasarkan data pada tabel di atas, Cronbach's alpha dan composite reliability baik untuk setiap variabel atau konstruk sudah memiliki nilai lebih dari 0,70. Hasil ini menunjukkan bahwa masing-masing variabel telah memenuhi Reliabilitas sehingga dapat disimpulkan keseluruhan variabel memiliki reliabilitas yang baik.

## 2. Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

### Model Stuktural (Inner Model)



Sumber: Data primer diolah dengan SmartPLS 4.0, 2022

R- Square. Nilai R-Square digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel laten eksogen tertentu terhadap variabel laten endogen apakah mempunyai pengaruh yang substantive. Kategori nilai 0.75 - 100, 0.50 -0.75 dan 0.25 - 0.50 menunjukkan model (kuat, moderate dan lemah).

### Hasil Uji R-Square

	R-Square	R Square Adjusted
Loyalitas Pelanggan (Y)	0,749	0,743
Kepuasan Pelanggan (Z)	0,590	0,585

Sumber: Data primer diolah dengan SmartPLS 4.0, 2022

Berdasarkan data pada tabel di atas, terlihat jelas bahwa nilai R-Square sebesar 0,749 yang diperoleh dari variabel Loyalitas Pelanggan (Y) maka menunjukkan model yang kuat. Penemuan nilai ini menunjukkan bahwa besarnya persentase pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) adalah sebesar 74,9%, sedangkan 25,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kemudian nilai variabel Customer Satisfaction (Z) memiliki nilai R-Square sebesar 0,590 yang menunjukkan model kuat. Penemuan nilai ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Layanan (X) memiliki pengaruh sebesar 59,0% terhadap Kepuasan Pelanggan (Z), sedangkan variabel lain di luar penelitian memiliki pengaruh sebesar 41,0%.

### 3. Uji Hipotesis Direct Effect dan Inderect Effect

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values
X (Kualitas Pelayanan) -> Y (Loyalitas Pelanggan)	0.633	0.629	0.131	4.834	0.000

X (Kualitas Pelayanan) -> Z (Kepuasan Pelanggan)	0.831	0.823	0.071	11.703	0.000
Z (Kepuasan Pelanggan) -> Y (Loyalitas Pelanggan)	0.233	0.231	0.102	2.232	0.022

Hasil Uji Hipotesis Direct Effect (Path Coefficients)

Sumber: Data primer diolah dengan SmartPLS 4.0, 2022

Hasil Uji Hipotesis Inderect Effect

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values
X. Kualitas Pelayanan -> Z. Kepuasan Pelanggan -> Y. Loyalitas Pelanggan	0.330	0.341	0.089	3.712	0.000

Sumber: Data primer diolah dengan SmartPLS 4.0, 2022

Pengaruh	Original Sample Estimate	p-values	Kesimpulan
Kualitas Pelayanan - Loyalitas Pelanggan	0.633	0.000	Diterima
Kualitas Pelayanan - Kepuasan Pelanggan	0.831	0.000	Diterima
Kepuasan Pelanggan - Loyalitas Pelanggan	0.233	0.022	Diterima

Pengujian Hipotesis Penelitian

Sumber: Data primer diolah dengan SmartPLS 4.0, 2022

### Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan temuan analisis, kualitas Layanan memiliki pengaruh positif, dan nilai pengaruh tersebut signifikan, besar nilai pengaruh yang dilihat dari nilai original sample yakni sebesar 0,633. Kualitas layanan dipengaruhi secara positif oleh Loyalitas pelanggan. Variabel kualitas layanan kemudian mendapatkan p-values sebesar 0,000, dimana nilai 0,000 < 0,05 menunjukkan pengaruh kuat kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan. Maka, temuan penelitian mendukung premis bahwa “kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pengguna jasa transportasi online Go-Jek di Kabupaten Lamongan.”

### Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan temuan analisis, kualitas Layanan memiliki pengaruh positif, dan nilai pengaruh tersebut signifikan, besar nilai pengaruh yang dilihat dari nilai original sample yakni sebesar 0,831 yang bermakna bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif terhadap Kepuasan Pelanggan. Kemudian, variabel kualitas pelayanan yang memperoleh nilai p-values sebesar 0,000, dimana nilai 0,000 < 0,05 yang memiliki arti bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Maka, dari hasil penelitian ini dapat membuktikan hipotesis yang menyatakan “kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna jasa transportasi online Go-Jek di Kabupaten Lamongan”.

## Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil dari analisis, menunjukkan hasil bahwa kepuasan pelanggan menunjukkan pengaruh yang positif, besar nilai pengaruh yang dilihat dari nilai original sample yakni sebesar 0,233 yang bermakna bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh secara positif terhadap loyalitas pelanggan. Kemudian, variabel kepuasan pelanggan yang memperoleh nilai p-values sebesar 0,000, dimana nilai  $0,000 < 0,05$  menunjukkan pengaruh secara signifikan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Maka, temuan penelitian ini dapat membuktikan hipotesis yang menyatakan bahwa “kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna transportasi online Go-Jek di Kabupaten Lamongan.”

## Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan memiliki dampak yang positif terhadap loyalitas pelanggan melalui peningkatan kepuasan pelanggan. Nilai pengaruh dilihat dari nilai original sampel yang sebesar 0,330. Variabel kualitas layanan memperoleh nilai p-value 0,000, dimana nilai  $0,000 < 0,05$  menunjukkan bahwa kualitas layanan secara signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan, yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. Besar nilai pengaruh kualitas pelayanan yakni sebesar 0,330, yang bermakna bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Maka, dari hasil penelitian ini dapat membuktikan bahwa dengan menyatakan “Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada jasa transportasi online Go-Jek di Kabupaten Lamongan”.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil dari uji analisis yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa :

1. Kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan jasa transportasi online Go-Jek di Kabupaten Lamongan.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan jasa transportasi online Go-Jek di Kabupaten Lamongan.
3. Kepuasan pelanggan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan jasa transportasi online Go-Jek di Kabupaten Lamongan.
4. Secara tidak langsung kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan jasa transportasi online Go-Jek di Kabupaten Lamongan.

## Referensi :

- Arianto, N., & Kurniawan, F. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Home Industri Produk Pakaian Sablon & Bordir)*. Jurnal Pemasaran Kompetitif, Vol.4 No.2 Tahun 2021/ISSN 2775-6076
- Assauri, Sofiam, (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Anggraini, F., & Budiarti, A. (2020). *Pengaruh harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dimediasi kepuasan pelanggan pada konsumen gojek*. Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE), Vol.8 No. 03 Tahun 2020
- Deccasari, D. D. *Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada jasa transportasi ojek online (studi kasus pada konsumen gojek malang)*. Adbis: Jurnal Administrasi dan Bisnis Vol.12 No.1 Juni 2018/ ISSN 1987-726X
- Fitria, Maria (2018). *Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual*. Yogyakarta:Deepublish.

- Hanapi, A., & Arianto, N. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Cv Rj Depok*. JURNAL ILMIAH SWARA MaNajemen (Swara Mahasiswa Manajemen), Vol.1 No.01 Tahun 2021 / ISSN 2775-6076.
- Kasmir. 2017. *Customer Service Excellent*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Nugroho, M. F., & Yuliati, A. L. *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Ojek Online Grab-Bike (Studi Pada Pengguna Grab-Bike di Kota Bandung)*. eProceedings of Management Vol.7 No.2 Agustus 2020/ ISSN 2335-9357
- Marbun, E. W. F., & Andarini, S. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Sicepat Ekspres Indonesia (Studi Kasus Pelanggan Ekspedisi Sicepat Di Kota Surabaya)*. *Business Preneur: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(02). Vol.04 No.02 Tahun 2022 / ISSN 2656-5099.
- Resusun, A. R., Tumbel, A. L., & Mandagie, Y. (2019). *Analisis Perbandingan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Transportasi Online Gojek Dan Grab Pada Mahasiswa Fakultas Teknik Mesin Unsrat*. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(4). Vol.7 No.04 Tahun 2019 / ISSN 2303-1174.
- Sofiati, I., Qomariah, N., & Hermawan, H. (2018). *Dampak Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen*. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 8(2), 244-259. <https://doi.org/10.32528/jsmbi.v8i2.1792>.
- Sugiono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung Alfabeta.
- Tjiptono. 2019. *Strategi Pemasaran Prinsip dan Penerapan*. Edisi 1 Yogyakarta. Andy.
- Wirawan, A. A., Sjahrudin, H., & Razak, N. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Lamuna Coffe di Kabupaten Bone*. *Jurnal Organisasi Dan Manajemen*, 10(1), 15-26.
- Yanto, E., & Herman, H. (2020). *Pengaruh Promosi Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Tiga Benua*. *Jurnal Emba: Jurnal Riset, Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 8(3)
- Zakaria, D. G., & Suwitho. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan*. *Ilmu Ekonomi Indonesia*. 7(2) 201-212. <https://doi.org/10.52103/tatakelola.v7i2.I74>